

УДК 811.133.1:81'373.611

НЕОЛОГІЯ ТА НЕОНІМІЯ: ДИФЕРЕНЦІАЦІЯ ОСНОВНИХ ПОНЯТЬ

О.В.Косович

доктор філологічних наук, доцент,
Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка

У статті розглядаються поняття неонім vs неологізм. Зокрема, виокремлюються чинники, які лежать в основі диференціації неологізму та неоніма, що впливають як з їх походження та їхньої форми, так і від здатності надавати певному повідомленню певну спонтанність (стихійність) та загальновживаність.

Ключові слова: неологізм, неологія, неонім, неонімія, терміносистема, розвиток мови.

Науковий, технічний, культурний прогрес сприяє безперервній креації значної кількості нових термінів, які відображають усі важливі складники, що пов'язані з такими процесами: відповідні концепти, методи, спеціальні терміни тощо. Наукові розвідки в неологічній царині стосуються, з одного боку, загального лексичного складу мови, та з другого боку, проблематики утворення термінологічних найменувань спеціалізованої мови.

Спостереження щодо відмінностей та зв'язків між загальнолітературною мовою та спеціалізованою та між неологізмами загальної мови та неонімами мови певних сфер діяльності є предметом численних робіт лінгвістів, лексикологів та термінологів. У даному контексті наша розвідка обмежиться розглядом окремих аспектів, які стосуються відмінностей між неологізмами та неонімами.

Елемент *нео-* запозичений з грецької (νέος – новий), має значення «новий». Даний терміоелемент актуалізувався в сучасному інформаційному суспільстві, є одним з найпродуктивніших терміоелементів. Більша частина терміолексем, утворена на основі цього терміоеlementу – неологізм, неонім, неографізм, неосемантизм тощо.

Серед термінів цієї групи особливе зацікавлення викликає поняття *неонім*, а, отже, явище *неонімії*, створені Г.Рондо. Терміолексема *неонім* позначає термінологічні неологізми, а *неонімія* – 1) сукупність неонімів; 2) розділ термінології, який вивчає неоніми. Якщо розглянути співвідношення двох терміолексем: *неологізм* і *неонім* за «зовнішньою» ознакою, то *неонім*, побудований за синтагматичним типом, часто є довгим багатокомпонентним утворенням, котре не завжди піддається скороченню. Визначаючи функціональну відмінність *неологізму* і *неоніму*, О.В.Суперанська зазначає що, «згідно з Г.Рондо, кожен новий мовний знак (і неологізм, і неонім) у своєму «житті» проходить три етапи: етап новизни, етап закріплення у вжитку і, нарешті, етап старіння. Етап новизни визначається за суб'єктивним критерієм, який пропонується назвати «колективним відчуттям мовців» (*le sentiment collectif des sujet parlants*).

На початкових стадіях неологічних та неонімічних наукових досліджень лінгвісти зосереджуються на спільних та відмінних характеристиках цих двох типів лексичних одиниць. Чинники, що лежать в основі диференціації неологізму та неоніма, впливають як з їх походження та їхньої форми, так і від здатності надавати певному повідомленню певну спонтанність (стихійність) та загальновживаність. На основі досліджень виокремимо основні фактори, що диференціюють лексичні неологізми загальновживаної мови від неологічних термінів чи неонімів:

1) спонтанність, стихійність; 2) синонімія; 3) форма; 4) походження; 5) розповсюдження.

1. Спонтанність (стихійність). Серед критеріїв, що розрізняють неологізми від неонімів, в класичній літературі, яка стосується цієї теми, найочевиднішими є головні чинники прагматичного характеру. Таким чином, неоніми з'являються у наукових, технічних, офіційних текстах, де вони використані спеціалістами певної сфери в момент, коли

з'являється новий концепт. Іншими словами, йдеться про критерій необхідності, який неонім повинен задовольняти. Отже, неонім завжди відповідає потребам комунікації, чітко вираженою метою якої є найменування нового поняття чи реалії, або перейменування вже існуючого поняття мовою, що підходить саме для цієї сфери. Якщо неоніми є відповіддю на необхідність та потребу термінологічного характеру, що спричинено появою нових реалій, неологізми є засобом збагачення й модернізації словникового складу мови. Таким чином, якщо неологія загальноновживаної мови є предметом вивчення лексикології, яка черпає фактологічний матеріал у популярній пресі (щоденні видання, тижневики, журнали), то неонімія вивчається термінологами із залученням спеціалізованих чи офіційних видань, включаючи спеціалізовану пресу.

2. Синонімія. Неонім є концептуальною одиницею. Іншими словами, це поняття повинно задовольняти фундаментальний принцип термінології: теоретично одному поняттю повинно відповідати єдине найменування. Цей факт виключає синонімію, полісемію та омонімію, семантичні зв'язки, що розглядаються як чинники плутанини, незрозумілості чи нечіткості в термінології. З іншого боку, неологізми мають стилістичну цінність, яка їм дозволяє з'являтися на різних мовних рівнях, у той час як неоніми, позначаючи предмети чи феномени, не мають синонімічних серій. Проте синонімія в термінологічній неології все ж таки є наявною, хоча не надто виразною, практично неіснуючою. Ж.Буассі [3] вказує для деяких нових термінів три, чотири, навіть п'ять синонімів, наприклад: *ordinateur portable* = *microordinateur*, = *station de travail*, = *terminal*, = *micro-ordinateur*, = *automate*, = *computer*, = *boulier*, = *calculette*; *téléphone mobile* = *téléphone cellulaire*; *écran translucide* = *écran de transparence*, *écran transparent* (ABBY Lingvo x5, Dictionnaire Reverso). У цьому випадку синонімія в термінології є природним феноменом у контексті лексичної креативності, як зазначає Б. де Бессі: «Є цілком нормальним присутність синонімії, коли є наявна творчість» [4, 77].

3. Походження/джерело появи. Загальноновизнано, що джерелом появи залишається запозичення з інших мов або процес лексичної креативності на основі морфологічних чи синтагматичних засобів, а для неонімів основним засобом появи залишається синтагматична креація.

Підкреслюючи специфічні риси неонімів у порівнянні з неологізмами, А.Гус [5] передає цю відмінність через способи утворення: якщо у створенні неологізмів домінує морфологічна креація (префіксація та суфіксація), то у створенні неонімів превалує синтагматична креація. У свою чергу, Г.Рондо [6] визначає три способи утворення неонімів: морфологічні способи творення (деривація, апокопа); морфо-синтаксичні способи творення (синтагматична група, аббревіація, зміна граматичної категорії, скорочення); морфосемантичні способи творення (калька, запозичення).

Диференційованість є характерною рисою неонімів, які можуть зазнавати морфосинтаксичних способів деривації. Терміни/слова-деривати є префіксальними, суфіксальними або парасинтетичними (деривація).

Серед суфіксів, що є активними у творенні іменників, виокремлюємо такі: для вираження певного семантичного значення – *-age* (іменники, які виражають дію чи явище: *arrosage*, *assemblage*, *balayage*, *chauffage*), *-ation* (суфікс, що має латинське походження *-ationem*, який входить до складу численних іменників жіночого роду, для вираження дії чи результату цієї дії: *décalcification*, *fixation*, *installation*, *lubrification*, *massification*), *-ure*, *-ment*, *-aison*, *-erie* (суфікси для номіналізації дії: *coupure*, *fermeture*, *peinture*, *combinaison*, *appliquement*), *-eur* (дія виражена дієсловом: *aérer* – *aérateur*, *adoucir* – *adoucisseur*, *avertir* – *avertisseur*). Суфікси *-able*, *-ique*, *-ant* є продуктивними в утворенні прикметників на основі дієслова: *coulisser* – *coulissant*, *régler* – *réglable*.

З-поміж префіксів ми взяли формант *anti-*, який виражає опозицію, протиставлення. Він приєднується до іменника: *antibasculement*, *antidébordement*, *antidérapant*, *antiasphyxiant*, *antidiffusant*, *antinucléaire*, *antigiratoire*, *antidétonant*, або зберігає дефіс у правописі: *anti-corrosif*, *anti-aérien*, *anti-atomique*, *anti-éblouissant*, *anti-gluant*, *anti-oxydant*, *antisous-marin*. Продуктивним терміном у галузі інформаційних технологій є такий, що складається з *cyber-*

cyber-recrutement, cyberpub, cybermonde, cyberachat, cyberacheteur, cyberapprentissage, cyberassistance, cyberbanque, cyberbavardage, cyberboutique, cyberbranché, cybercafé, cybercaméra, cybercarnet.

Щодо синтагматичної формації, то синтагматичні зв'язки між елементами конфіксальних термінів/слів є відношенням який (що) визначає + означуване і часто зустрічаємо конфіксальні терміни/слова, які налічують більше двох лексем: *boroneutrothérapie, magnétoencéphalogramme, fructo-oligosaccharide*. З семантичної точки зору, беручи до уваги конфікси латинського/грецького походження, інколи їх наділяють значеннями, які до того часу ці елементи не мали, використовуючи їх таким чином для позначення концептів, що не були відомими до цього моменту. На відміну від термінів/простих слів, терміни-синтагми відносять до «групи слів, синтаксично з'єднаних для позначення єдиного поняття певної сфери діяльності» [4, 2].

Зовнішня структура термінів-синтагм відноситься до об'єднання двох або декількох слів згідно з діючими нормами мови. Ця складна форма представляє єдину концептуальну одиницю, незважаючи на значну кількість детермінантів, що відносяться до єдиного означуваного поняття. Наприклад, слово *site* є основою для ряду: *site animé, site dynamique, site statique, sitemap*; лексема *adresse* є основою таких серій: *adresse courriel, adresse de courrier électronique, adresse de courrier électronique jetable, adresse IP de serveur mandataire*.

Прямі запозичення або кальки є також надзвичайно частими в термінологічній неології сучасної французької мови. Цілком очевидним є те, що найшвидшим та найпростішим рішенням залишається запозичення: «запозичення мови не є утрудливим. [...] Справжня проблема термінологічного запозичення є його важливий об'єм, і, зокрема, його концентрація в певних галузях знань» [1, 36-37].

У глосарії, укладеному під егідою *Réaliter, Néologismes économiques dans les langues romanes à travers la presse*, французька мова запозичила в англійській такі класи термінів:

- 1) прості терміни: *growth, hub, value, holding*;
- 2) складені терміни: *workflow, benchmarker, benchmarking, dotcom, e-banking, outsourcing*;
- 3) терміни-синтагми: *job board, policy mix, pure player, senior economist, affirmative action, black empowerment, big bang, black empowerment, business angel, business plan, chief executive, corporate governance, crawling peg, credit crunch, currency board, delivery maturity, ethnic business, experience rating, fast track, first mover, golden parachute, golden share, shareholder value, success fee*.

Відсоток термінів-синтагм в загальній масі запозичень є значним, що підтверджує тезу про те, що терміни-синтагми є частими в спеціалізованій мові, легко переходять з однієї мови в іншу. Інші терміни, запозичені з англійської, мають дублети у французькій мові: є кальками (*hedge funds / fonds spéculatifs, intellectual assets management / actifs intellectuels, le marché low coast / compagnies à bas prix, les success fees / honoraires de succès, le brick and mortar/brique et béton*); презентують експлікативну структуру (*le knowledge management (KM) / gestion des connaissances dans l'entreprise, mapping / activité qui consiste à zoomer sur des cartes interactives, l'outsourcing / le développement de l'externalisation, les road-shows / les tournées de déplacement à l'étrange, le talent market / un système de vente aux enchères ou les internautes peuvent se vendre au plus offrant*).

4. Форма. Інший критерій диференціації неологізмів та неонімів полягає у формі двох підкласів: короткі слова класифікуються як розряд неологізмів, а синтагматичні форми – як неоніми. Таким чином, лінгвістичні механізми лексичної креативності ставлять на перше місце словоскладення, синтагматичну групу, аббревіацію або скорочення в класі неонімів. До цього всього додають морфо-фонологічний характер неоніма: він повинен інтегруватися у мову, не сприймаючись як іншомовний корпус, а відтак здатний бути відхиленим.

З іншого боку, оскільки неонімами є слова, які з'являються, зокрема, в галузі інформаційно-комунікаційних технологій, вони презентують зовнішню схожість, майже ідентичність у двох мовах (мова-джерело і мова, яка запозичує), що їх і розрізняє, так це відмінності у вимові. З цієї точки зору, для того, щоб бути прийнятим, неонім не повинен бути «важким» у вимові у мові, яка запозичує.

5. Розповсюдження. Частотність та ужиток залишаються одним з критеріїв диференціації неологізм – неонім. Неологізми є словами обмеженого вжитку, які існують виключно в тому просторі, де були створені. З іншого боку, неоніми перебувають у «міжнародному обігу», відображають поняття міжнародної термінології універсального значення.

Отже, на відміну від неологізмів загальнолітературної мови, неоніми властива низка специфічних ознак, обумовлених особливостями терміну: систематичністю, що ґрунтується на класифікації понять; фіксованістю змісту в межах певної терміносистеми в даний період розвитку тієї чи іншої галузі знання; прогнозованим характером появи (новий термін виникає в результаті завершеного дослідження); відсутністю експресивно-стилістичних нашарувань і, як правило, полілексемною структурою на початковому етапі свого існування.

1. Rondeau G. Introduction a la terminologie / G. Rondeau. – Gaetan Morin, Quebec, 1984. – 238 p.
2. Суперанская А. В. Общая терминология: Вопросы теории / А. В. Суперанская, Н. В. Подольская, Н. В. Васильева. – М. : ЛИБРОКОМ, 2012. – 248 с.
3. Boissy J. Cahier de termes nouveaux / Centre nat. de rech. sci. Inst. nat. de la langue fr., Centre de terminologie et de neologie // J. Boissy. – Paris : Conseil international de la langue francaise; Reseau international de neologie et de terminologie, 1992. – 159 p.
4. Bessé de B. Cours de terminologie: Notes de cours, 8e édition, école de traduction et d'interprétation, Université de Genève / B. de Bessé. – Genève, 1992. – 215 p.
5. Goosse A. La néologie française d'aujourd'hui / A. Goosse. – Paris, 1975. – P. 54-60.
6. Rondeau G. Problèmes et méthodes de la néologie terminologique (néonymie) / G. Rondeau // Infoterm. – Series 6. – Vienne, 1981. – P. 161-176.

Косович О. В. Неология и неонимия: дифференциация основных понятий.

В статье рассматриваются понятия неоним vs неологизм. В частности, выделяются факторы, которые лежат в основе дифференциации неологизма и неонима, вытекающие как из их происхождения и формы, так и от их способности придавать отдельному сообщению некоторую спонтанность (стихийность) и общеупотребительность.

Ключевые слова: неологизм, неология, неоним, неонимия, терминосистема, развитие языка.

Kosovych O. V. Neology and Neonymy: Differentiation of Main Notions.

This paper investigates the notions of neonym vs neologism. In particular the author marks out the factors that are the base for neologism and neonym differentiation and follow from their origin, form, their ability to attach to some message some spontaneity and capability to be in general use.

Key words: neologism, neology, neonym, neonymy, terminology system, language development.